

Для исследования повестки дня смоленских интернет-СМИ был выбран период с 1 по 17 сентября 2013 г. Структура сайта газеты «Рабочий путь» позволяет проследить количество прочтений каждого материала. Это помогает определить наиболее популярные из них (свыше 1 тыс. прочтений). К ним относятся публикации следующих тематических групп: политика, социальная сфера, юбилей города, происшествия, городская инфраструктура. Большое количество просмотров собрали материалы, в которых отражалась программа юбилейных мероприятий, и репортажи о наиболее значимых праздничных событиях. Рекордное количество просмотров и комментариев собрало голосование конкурса «Признайся в любви к родному городу!» (21 371 просмотр, 37 комментариев). Сайт газеты «Рабочий путь» – это ресурс с наиболее активной аудиторией среди смоленских интернет-СМИ. Именно его материалы чаще всего комментируют читатели.

На сайте журнала «О чем говорит Смоленск» мало собственно журналистских материалов. Значительную часть составляют сообщения различных пресс-служб – 60% от общего количества. Кроме местных новостей, на сайте размещаются федеральные новости, которые могут быть интересны смоленскому населению. Источником федеральных новостей, как правило, являются агентства РИА «Новости» (до его ликвидации), Интерфакс, «Российская газета», «Известия».

В. Ф. Олешко

Уральский федеральный университет

ЖУРНАЛИСТИКА И ГЛОБАЛЬНАЯ СЕТЬ: СОПЕРНИЧЕСТВО ИЛИ ВЗАИМОДОПОЛНЕНИЕ?

Сформировавшаяся и постоянно развивающаяся под влиянием новых технологий субкультура современного российского интернет-сообщества, на наш взгляд, все более активно начинает влиять на контент традиционных СМИ. При этом значительно изменяются и социальные роли участников массово-коммуникационных процессов, и структура аудиторных групп.

Глобальная сеть выполняет свою миссию – прежде всего обеспечения активных пользователей информацией в режиме реального времени, что не всегда свойственно традиционной журналистике, а также разнообразными развлечениями и полезными ссылками праг-

матического характера. СМИ в условиях ярко выраженного соперничества вынуждены делать акцент либо на аналитичность и публицистичность, что не всегда возможно из-за снижения общего уровня профессиональной культуры журналистов, либо при посредстве новых технологий встраиваться в жизненные реалии своих аудиторных групп.

Ряд городских и районных газет Уральского федерального округа переносит основной акцент информационной деятельности со страниц бумажной версии на свой интернет-сайт, становясь, по сути дела, узкорегionalным информационным агентством. При этом чаще всего по причинам экономического характера сокращается количество номеров, выходящих в традиционной форме. Причем рекламодатели все чаще стали размещать информацию рекламного и пиаровского характера как в электронных версиях газет, так и на сайтах.

Различного рода приложения и «толстушки», как показывает опыт успешных печатных изданий, пользуются наибольшим спросом в преддверии выходных дней и праздников при условии, что их контент уникален и содержит информацию прикладного характера. Как показывает проведенный нами контент-анализ, с развитием новых технологий меняется содержание новостных и информационно-развлекательных программ местных телеведущих. Они все чаще переходят к выполнению функции визуализации информационной картины дня. При этом активно пользуются Интернетом и возможностями блогеров и людей, ставших свидетелями интересных событий.

В качестве нерешенной местными СМИ проблемы можно назвать неэффективность использования журналистами возможностей мобильной связи, а также «облачных», почтовых и библиотечных функций Интернета.

Е. В. Петрова

Донской технический университет

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

По состоянию на январь 2013 г. в Ростовской области зарегистрировано 510 печатных СМИ (данные официального портала правительства РО www.donland.ru). Газеты и журналы по-прежнему остаются самой